◆ **ESCRIBEN:** *C. A. Degrossi* | *Dr. F. V. Lonigro* | *R. Martínez Nogueira* | *P. Pavesi* | *R. Romero* | *R. H. Saroka* | *R. Vicente*

La Gaceta



DE ECONÓMICAS

De Económicas a la Sociedad

Publicación de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Buenos Aires • Córdoba 2122 • CP 1120 AAQ • Tel.: 4374-4448 • Web site: www.econ.uba.ar • Año 2 N°14

DOMINGO 30 DE SEPTIEMBRE DE 2001



FOTO: MARTIN CARRARO

JOVENES INVESTIGADORES DE NUESTRA FACULTAD: en plena discusión.

ACTUALIDAD ◆ *El atentado en N.Y.*

La única irracionalidad es creer en la irracionalidad

A consecuencia del infernal atentado de las Torres de Nueva York, se han volcado ríos de tinta con todo tipo de comentarios. ¿Qué podemos decir como académicos, supuestos expertos en acción humana, en estas circunstancias tan extraordinarias?

1) Volamos bajo. Por supuesto, no hay forma de escapar a esa necesidad de comprender, a esa sorpresa que asalta rasgos culturales profundamente arraigados en la gente del común. Entonces, recurrimos al viejo truco: son locos, son fanáticos, son irracionales. El calificar de loco al que no entendemos o al que viola abiertamente lo que consideramos verdades inconmovibles de un mundo inmutable, es el recurso de siempre. El mejor ejemplo: Hitler era loco. Estas explicaciones son necesarias, satisfacen al grueso de la población y a nuestras costumbres atávicas. Pero no podemos quedarnos con ellas a nuestro nivel: este atentado ha sido un eximio ejercicio de racionalidad, de reflexión aplicada, de acto deliberado, lanzado y llegado al fin aparentemente buscado. ¿Dónde está lo irracional?. ¿Dónde están los locos? Simplemente valoran ciertos recursos en forma distinta a nosotros, por mucho que nos duela. Desde el punto de vista del atentado puro, ¿que diferencia con el de la AMIA o de la explosión de un coche por la ETA?

2) Este es una operación sub-tecnológica, inspirada en la cultura del cazador nómade y pobre. Aun la más mínima tecnología utilizable para defenderse de tal ataque queda por arriba de la tecnología utilizada. ¿Como se comunicaban los conjurados? Seguramente por correo o cara a cara para evitar ser detectados por la formidable tecnología de la comunicación. De ahí también lo absurdo de hablar de gastos varias veces multimillonarios: lo más probable que esta operación haya costado relativamente muy poco. Es que se ha abrevado, finalmente, con recursos que mucho de nosotros valuamos mucho pero que otros no, como la propia vida humana.



ESCRIBE/ *Pedro Pavesi*
Profesor Emérito
pavesi@econ.uba.ar

3) ¿Cuál es la visión a largo plazo de los terroristas, si es que hubo alguna? Es evidente que se ha querido salir del conflicto de Medio Oriente. Para ello, se hubiera hecho un atentado de menor envergadura pero no de menor ferocidad en el mismo Medio Oriente. Pero ¿hasta que punto este aspecto fundamental de sangriento destrozo simbólico ha sido profundamente analizado, con sus consecuencias y su secuencia lógica? ¿O fue como si se hiciera un chiste? La racionalidad del ataque no impide liviandad en las consideraciones estratégicas. Pero en realidad, si bien el tema es de gran interés, no importa demasiado en el análisis total: lo que importa es como lo interpretará Estados Unidos y ese conjunto heterogéneo de países, naciones, fracciones llamado Occidente, que los rodea con mayor o menor entusiasmo. Y parece claro que ha sido interpretado como un ataque a los fundamentos del capitalismo, de la civilización occidental y hasta de los valores cristianos, llegando a satisfacer en ciertos niveles populares los requerimientos del racismo más elemental. Y si esa interpretación no es realmente autentica, si no un pretexto para mayor consolidación del conglomerado militar-industrial o cualquier otro objetivo económico, geopolítico, imperialista o no, pudo haber sido prevista y aun querida por los cerebros del atentado pero, repito, no tiene importancia: lo que si tiene es cual será la configuración final de posiciones, que irá pasando con el show bélico que se está montando, a quien se perseguirá, cuales son los intereses subyacentes y sus consecuencias reales, de acuerdo a la visión del damnificado que hoy es el más fuerte.

4) En estos últimos días, he asistido al recordatorio de todos los grupos terroristas que han pasado por nuestro país y también a lo largo del mundo. Es llamativo, en nuestro caso, la falta de toda mención a las AAA o al terrorismo de Estado de las Fuerzas Armadas del Proceso o a las persecuciones del Peron de 1955. A nivel mundial, ni una palabra acerca de los grandes problemas del planeta, comenzando por la concentración de la riqueza en una pequeña minoría y los niveles de pobreza que estrechan la casi totalidad del mundo así como el desgaste ecológico y los estremecedores genocidios del mundo tanto occidental como oriental. ¿Los atentados de las Torres habrán querido llamar la atención scbre ello, subirse al caballo de la antiglobalización o apoyar la rebeldía contra el neoliberalismo? Repito, para el caso solo importa como ejercicio intelectual. El hecho es como lo interpretan quienes dominan hasta cierto punto el mundo y cual será su actitud en la distribución de las cuotas de poder. ■

NOVEDADES de la Facultad

De Económicas a la Sociedad: Foro sobre clubes de fútbol

El 2 de Octubre a las 19 horas, en el salón de actos de nuestra facultad (Córdoba 2122, segundo piso) se desarrollará el Foro Social donde se tratará la problemática de las entidades deportivas. El objetivo del foro es elaborar un proyecto de ley de entidades deportivas y crear las condiciones para la creación de una fundación que pueda seguir trabajando en temas relacionados.
(Ver artículo sobre el tema de las entidades deportivas en página 3)

De Económicas a la Sociedad: Hacia el Plan Fénix, Jornadas de Discusión

El 6 y 7 de septiembre pasados se llevaron a cabo en nuestra Facultad dos Jornadas de Discusión dirigidas a someter al debate entre especialistas diversos documentos sobre aspectos clave de la economía argentina, producidos por el grupo de trabajo que, en el marco de la Cátedra Libre de Desarrollo Humano Leopoldo Portnoy, avanza en la elaboración de un plan económico alternativo que contemple el desarrollo con equidad para nuestro país. Las jornadas, de las que participaron un número estimado de 400 personas, estuvieron organizadas en trece áreas, con documentos de base para la discusión a cargo de especialistas en cada tema.
El documento final es un aporte a la reflexión común acerca de los problemas centrales de la economía argentina y la formulación de propuestas que permitan enfrentar la crisis, elaborado por el grupo de economistas que trabaja en la elaboración de este plan y enriquecido por las ideas y contribuciones de los participantes de las jornadas. Numerosas personas, facultades, universidades de todo el país y entidades representativas de la sociedad han demostrado su interés por esta iniciativa de nuestra facultad y de la Universidad de Buenos Aires.

ARTICULOS VINCULADOS
"Hacia el Plan Fénix: propuestas para una estrategia de reconstrucción..." Gaceta 13

DE ECONOMICAS A LA SOCIEDAD | *Diagnóstico y propuestas*

Hacia el Plan Fénix:

Una estrategia de reconstrucción de la economía argentina para el desarrollo con equidad

SINTESIS DEL DOCUMENTO.

En el número anterior de la Gaceta publicamos la propuesta del Plan Fénix. Basada en dicha propuesta los docentes e investigadores que a continuación se detallan:Daniel Azpiazu, Eduardo Basualdo, Luis Beccaria, Víctor Beker, Marta Bekerman, Rubén Berenblum, Manuel Fernández López, Aldo Ferrer, Natalia Fridman, Alfredo T. García, Norberto González, Jorge Katz, Saúl Keifman, Benjamín Hopenhayn, Marcelo Lascano, Hugo Nochteff, Arturo O'Connell, Oscar Oszlak, Mario Rapoport, Alejandro Rofman, Jorge Schvarzer, Héctor Valle y Salvador Treber trabajaron en el ámbito de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Buenos Aires, con la coordinación de Abraham L. Gak, para generar un documento cuyo objetivo fue proporcionar un aporte a la reflexión común acerca de los problemas centrales de la economía argentina y formular propuestas que permitan enfrentar la crisis. Posteriormente este documento se ha visto enriquecido con los aportes surgidos de las jornadas de discusión abarcativas de las distintas áreas temáticas, llevadas a cabo el 6 y 7 de septiembre de 2001 (ver Gaceta 13, pag 2).
Lo que publicamos a continuación es una síntesis del documento. *Buenos Aires, septiembre de 2001*

gak@econ.uba.ar

La Universidad tiene, entre sus responsabilidades, la de pensar el país en el marco del escenario mundial para contribuir a elevar la calidad de vida del conjunto de la población y consolidar la democracia.

Esta tarea es particularmente crítica y urgente en momentos como los actuales, signados por el estancamiento, la concentración de la riqueza, el aumento de la pobreza y la exclusión, y la pérdida de la capacidad de decidir nuestro propio destino dentro de la globalización del orden mundial contemporáneo.

En cumplimiento de esa responsabilidad ineludible, en el ámbito de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Buenos Aires, docentes e investigadores convocan a la reflexión común para aportar al diagnóstico acerca de la naturaleza de los problemas centrales de la economía argentina y comenzar a formular propuestas que permitan resolver la crisis y movilizar el formidable potencial con que cuenta el país.

Colocamos esta contribución bajo la invocación del ave mitológica que renace porque estamos convencidos de que el país puede resurgir del agobio a que lo han sometido ideas y políticas incompatibles con los intereses fundamentales del país.

La apertura de este debate y las contribuciones que lo sustentan son, pues, un aporte a una tarea continua y permanente, que debe realizarse en el ámbito de libertad y pluralismo inherente a la esencia misma de la Universidad.

Es en tal sentido que tienen aquí cabida disidencias y aun desacuerdos, sobre la base del espíritu de trabajo en común que nos anima.

Somos plenamente conscientes de la responsabilidad que asumimos: ésta es una etapa en la construcción del plan abarcativo e integrador al que aspiramos y en el que estamos trabajando, en la seguridad de que el cambio en el modo de pensar el modelo de país será fructífero.

Abrigamos la esperanza de que resulte convocante para quienes, desde otras áreas de la sociedad, están elaborando ideas y propuestas que aporten al anhelado renacer de la Argentina.

En este marco, perseguimos la reactivación inmediata de la economía argentina con políticas activas de empleo, y postulamos la necesidad urgente de redistribuir el ingreso con equidad.

Crecimiento, empleo y equidad, para el corto, mediano y largo plazos en el contexto de la preservación de la estabilidad, son nuestros objetivos y propuestas centrales.

Estos objetivos son inalcanzables si el Estado no recupera su capacidad de orientar la movilización y la asignación de los inmensos recursos potenciales del país.

Esto impone la aplicación de un conjunto de medidas de emergencia, que forman parte de una estrategia de desarrollo de mediano y largo plazos que reinserte plenamente a la Argentina en la economía mundial como un país capaz de decidir su propio destino.

Las medidas de emergencia propuestas son:

1. Reprogramar la deuda y la reducción de sus servicios, conforme con la disponibilidad de recursos del Tesoro y del balance de pagos, en el marco del crecimiento de la economía nacional.

2. En el contexto de los equilibrios macroeconómicos y distributivos recuperados, flexibilizar la política cambiaria, mantener la convertibilidad para la cuenta corriente del balance de pagos y regular los movimientos en la cuenta de capital.

3. Acordar con el sector empresario y, en particular, con las filiales de empresas extranjeras radicadas en la Argentina la reinversión plena en el país de las utilidades por el plazo necesario para emerger de la crisis. Asimismo, acordar un plan de aplicación inmediata para aumentar el contenido local de sus insumos de bienes, servicios y tecnología, y de expansión de exportaciones. El acuerdo debe incluir la desdolarización y la desindexación de las tarifas de los servicios públicos.

4. Consolidar la situación de las finanzas públicas mediante una reforma tributaria progresiva que aumente la presión impositiva sobre los sectores de más altos ingresos, profundice la lucha contra la evasión y reordene eficientemente el gasto público. La reforma tributaria debe incluir una inmediata reducción del IVA para los bienes y servicios de consumo de primera necesidad.

5. Instituir un amplio seguro de desocupación y medidas de apoyo directo, que aseguren a la población acceso a la educación, la salud y, en general, a la satisfacción de sus necesidades básicas.

La nueva situación fiscal generará recursos que, complementariamente con la movilización del crédito bancario, podrán sustentar un plan de inversiones de alto impacto en el empleo.

Estas medidas de emergencia se insertan en una estrategia de desarrollo de mediano y largo plazos; el énfasis que se otorgue a estos objetivos y estrategias en cada período dependerá de las necesidades y posibilidades.

No se consideran aceptables, en el contexto de nuestra propuesta, los planteos de "estabilizar ahora y crecer después" o de "ordenar la economía ahora y lograr la equidad más adelante" que han estado en boga en los últimos años.

La estrategia incluye una nueva industrialización, la consolidación y ampliación de los avances registrados en la producción agraria, la incorporación generalizada de tecnología en el conjunto del sistema económico y social, y el desarrollo integrado de las economías regionales.

Asimismo se sustenta en equilibrios macroeconómicos sólidos, sobre la base de la recuperación del peso y de una alta tasa de ahorro interno, financiamiento genuino del sector público, competitividad internacional, ausencia de déficit crónico en la cuenta corriente del balance de pagos y estabilidad del nivel general de precios.

Nada de esto será posible sin la decisión política de lograr una verdadera transformación, lo cual requiere la conformación de una nueva coalición social que refleje al mismo tiempo la voluntad de superación de la crisis y la de construir entre todos una nueva realidad.

Esta coalición deberá integrar aquellos sectores que encarnan la producción, provenientes del trabajo y capital, y las actividades esenciales que hacen que nuestra sociedad continúe funcionando.

La unión para la reconstrucción de la Nación requiere atravesar y enlazar a los partidos políticos y a las organizaciones de la sociedad civil de forma de alcanzar un amplio consenso que exprese, de manera inequívoca, un programa de reconstrucción del que nadie que desee participar legítimamente pueda sentirse excluido.

Cuanto antes comencemos, menor será el sufrimiento causado por la herencia recibida y más rápida la unión de la ciudadanía alrededor de un nuevo consenso social. El parto de una nueva sociedad hará a la Argentina renacer para recobrar lo que sobraba a nuestros antecesores: coraje y confianza en el futuro. ■

DE ECONOMICAS A LA SOCIEDAD | *Los clubes de fútbol*

Las entidades deportivas en manos de sus socios

FORO SOCIAL. En el marco de un foro social organizado en nuestra facultad (ver novedades, pag. 2) el autor desarrolla su punto de vista respecto al modelo de organización de los clubes de fútbol.

ESCRIBE/ *Ricardo Vicente*
Prof. Titular de Administración General
vicente@econ.uba.ar

En estos días la sociedad asiste a una confrontación entre 2 modelos: la tradicional asociación civil (a cuya sombra crecieron y se desarrollaron los clubes de fútbol), y una presión para transformarlas en sociedades anónimas como supuesto de mayor eficacia y eficiencia

En un país signado por privatizaciones y desregulaciones de todos los colores, ahora el paradigma del mercado esta intentando incursionar en uno de los pocos reductos que todavía pertenecen a la sociedad civil en nuestro país: las entidades deportivas con fútbol

El fútbol atrae como un negocio fabuloso, seguro, porque la pasión no decae nunca.

Pero el sentimiento popular parece seguir diciendo "no" porque los clubes son un espacio social, cultural y deportivo, y porque sobran ejemplos dentro y fuera del fútbol, en nuestro país y en el exterior que demuestran que la sociedad anónima no asegura felicidad, eficacia ni eficiencia.

Las asociaciones civiles perduran en el tiempo, muchas ya registran un siglo de vida, mientras que las sociedades anónimas abandonan los mercados cuando los negocios no generan el reedito esperado, y también quiebran debido a problemas de gestión, y muchas veces son fuente de corrupción, ¿cuantas llegan a un siglo de vida? Tampoco contemplan mecanismos para la participación de los asociados.

Para comprobarlo solamente basta con recorrer las noticias en los medios de comunicación.

Lo importante es desarrollar el análisis con un foco correcto.

Reducir todo al signo pesos es demasiado simplista e implica cambiar la naturaleza y objeto social de las entidades y el riesgo de abandonar otras actividades como deportes recreativos, deportes amateurs, y lo cultural y social, ámbitos que hoy existen porque el fútbol los financia.

Es también ignorar que el fútbol parece ser el último baluarte de la pasión popular nacional. constituye un símbolo argentino que influye como pocos en el humor de la gente, sin distinción de sexo y edad.



Por otra parte, históricamente los clubes cumplieron funciones sociales que el estado muchas veces no pudo o no quiso cumplir y que al mercado no le interesa porque no es negocio.

La repercusión de los clubes es notable, dado que constituyen un factor de contención social y están ligados históricamente a la tradición, a los sentimientos y a los afectos que constituyen la historia de muchísimas personas.

En ellos se manifiesta la identidad, la pasión y el sentimiento, dentro y fuera de la cancha, en las tribunas y en los gimnasios, en las instalaciones deportivas, con el fútbol y otros deportes no profesionales, en las confiterías, en las peñas de tango y folklore, en los actos culturales y en las fiestas populares.

Últimamente, a través de los medios de comunicación se ha difundido que se han elaborado mas de 4 proyectos de ley para transformar a los clubes en sociedades anónimas, los cuales no recogen el sentir ni el saber de quienes viven y sienten el día a día de las entidades ni el sentimiento de asociados y simpatizantes.

En definitiva no contemplan la participación social ni valorizan la política, uno de cuyos ámbitos naturales son las asociaciones civiles, el tercer sector

Por ello, la facultad de Ciencias Económicas (UBA) nos convoca a trabajar para preservar este espacio social. ■

EDITORIAL | *Opina el Decano*

La creación y la destrucción

ESCRIBE/ *Carlos A. Degrossi*
Decano de la Facultad de Ciencias Económicas
degrossi@econ.uba.ar

En los últimos tiempos nuestra facultad asumió definitivamente el compromiso de devolver a la sociedad, de la cual forma parte, lo que esa misma sociedad le aporta. Es decir transformar el pensamiento creativo, las ideas, la técnica, en un aporte real y concreto a la solución de los múltiples problemas que aquejan a nuestra gente.

Ejemplos relevantes de esta tendencia que la Gaceta ha difundido en su momento son entre otros muchos: la iniciativa de docentes de nuestra facultad para combatir la pobreza con acción directa apoyada en la ideas del microcrédito, basado en la experiencia del banco de los pobres de Yunus.

El lanzamiento del plan Fénix, que uniendo el conocimiento colectivo de un numeroso grupo de economistas en su gran mayoria pertenecientes a nuestra facultad, propone una nueva visión sobre la situación económica y la globalización y dentro de esa nueva opción la implantación de un plan económico para el desarrollo con equidad.

El lanzamiento del foro sobre el deporte donde se discuten los modelos de organización que deben tener los clubes de fútbol, tema este de innegable influencia en la vida de nuestra sociedad, tan afecta al deporte.

De los tres temas tomados como ejemplos, el proyecto de los microcréditos está teniendo un éxito creciente, permitiendo a sectores marginados alcanzar alternativas de inserción en la sociedad, a tal punto que desde muchos ámbitos del país nos piden informes y asesoramiento para imitarlo.

El plan Fénix que está en la primera etapa de su difusión , ya ha impactado en la sociedad y amplios sectores comienzan a adherir a la idea de una alternativa válida que genere esperanzas a nuestro pueblo. En tal sentido se han recibido en nuestra Facultad a instituciones representativas de sectores del trabajo y la empresa concitando expresiones comunes de rechazo al pensamiento único y en apoyo a la pluralidad y al enriquecimiento del pensamiento económico.

Pero en este marco, donde desde nuestro puesto de trabajo avizoramos la posibilidad de un futuro esperanzador, la realidad del mundo nos sacude con su imagen más atroz, fatídica y siniestra.

Efectivamente, la escena repetida una y mil veces por las cadenas internacionales de televisión de las torres gemelas de Nueva York derrumbándose, nos muestran la realidad de un género humano destruyéndose en sus propias mezquindades y fanatismos.

Ello nos lleva a meditar ante la magnitud de la tragedia, respecto del rol que debe desempeñar la educación con vista al futuro, en el desarrollo de un pensamiento que a partir de una profunda reflexión nos permita articular un contenido axiomático rico en valores.

Preparémonos pues, en los azarosos días que seguramente vendrán a aportar desde la Universidad las mejores ideas para sobrellevar y superar una crisis mundial que sin dudas afectará a nuestro país.

Deberemos continuar trabajando en la tarea diaria y creativa procurando hacer lo mejor que podamos desde el lugar que cada uno de nosotros ocupe para hacer posible una sociedad mejor donde nunca más se repitan los atentados a la embajada de Israel, a la AMIA, a las torres gemelas de Nueva York. Para que nunca más el mundo sufra un 11 de septiembre. ■

STAFF | **La Gaceta** *de Económicas*

EDITOR
Carlos Aníbal Degrossi

DIRECTOR
Simón Pristupin

ARTE
Base²

ILUSTRACIONES
Diego Coglitore

FOTOGRAFIA
Martín Carraro

PRODUCCION
Gabriel Kurman

UNIDAD DE DIFUSION Y COMUNICACIONES
Abraham L. Gak

CONSEJO ASESOR
Homero Braessas • Nelson J. López Del Carril
Rubén L. Berenblum • María Teresa Casparri
Ricardo O. Rivas • Leonel Massad
Claudio E. Sapetnitzky • Víctor Beker
Manuel Fernández López • Feliciano Salvia
Jorge Etkin • Carlos M. Giménez • Raúl Saroka

Esta publicación de ditribución gratuita se financia con el aporte de empresas privadas y públicas que nos apoyan. Sale el último domingo de cada mes con Página 12 y se distribuye además en la Facultad y en otros centros de decisión.

PARA PUBLICITAR EN LA GACETA, DIRIGIRSE A:
Facultad de Ciencias Económicas, Unidad de Difusión y Comunicaciones, Av. Córdoba 2122, 1º piso,
Teléfonos:4370-6135. 4374-4448 - Int. 6135/6467.
Fax: 4370-6135. E-mail: gak@econ.uba.ar

CORREO DE LECTORES: gaceta@econ.uba.ar

Los artículos firmados expresan solamente las opiniones de sus autores.

El valor del conocimien

PANORAMA SOBRE EL CONOCIMIENTO. Se analiza la diferencia entre conocimiento, información y datos. Se ubica al conocimiento como un activo de la organización. Se describe el concepto de capital intelectual y por último se estudian la gestión del conocimiento y los conceptos de conocimiento tácito y explícito

ESCRIBE/ *Raúl Horacio Saroka*
Director de la Licenciatura en Sistemas de Información de las Organizaciones
rsaroka@udesa.edu.ar



En el contexto de profundo cambio, impulsado y potenciado por las tecnologías de computación y comunicaciones, la valorización de un país, una comunidad o una organización se basan cada vez más en la consideración de sus bienes intangibles, por encima de los bienes tangibles registrados por la contabilidad. Dentro de estos nuevos bienes, adquiere particular relevancia el conocimiento y a este concepto, a su influencia en la economía y a su gestión o administración, dedicaremos esta nota.

Obviamente, no se trata de un concepto "nuevo", pues ya ha sido analizado y debatido por filósofos desde la antigüedad y, más cercanamente a nosotros, por epistemólogos y estudiosos de las ciencias sociales, entre otros.

Nuestro tratamiento del concepto va a ser eminentemente pragmático, buscando así contribuir a satisfacer el interés que viene despertando el tema desde que las organizaciones descubren su potencial para mejorar los negocios y aumentar los beneficios.

Existe cierta confusión cuando se intenta, desde esta perspectiva, definir y diferenciar "conocimiento" de "información" y, a su vez, ésta del concepto de "dato". Sin perjuicio de nuestro intento de precisarlos en los próximos párrafos, el lector percibirá hasta qué punto es difícil marcar los límites entre uno y otro, al tratarse de un continuo que comienza como "dato", se convierte en "información" y en un momento se transforma en "conocimiento". Hay quienes agregan un estadio superior, el de la "sabiduría" y, para aumentar la confusión, el proceso también suele presentarse en forma reversible, como podrá observarse más adelante. Resulta oportuno, entonces, recordar las célebres sentencias del poeta y dramaturgo Thomas Elliot (1888 -1965)

¿Dónde esta la sabiduría que hemos perdido en conocimiento?

¿Dónde está el conocimiento que hemos perdido en información?

El interés por conceptualizar y diferenciar las referidas nociones no se reduce a un mero ejercicio intelectual. Quienes hemos trabajado en sistemas de información conocemos el peligro de utilizarlos en forma intercambiable: se corre el riesgo de vivir inundados en datos y tener escasa información y menos conocimiento. En resumen, no se trata de sinónimos sino de conceptos que, aunque interconectados e interdependientes, son diferentes. Mucho dinero se ha malgastado en el diseño de sistemas de información sin haber comprendido claramente las diferencias.

◆ 1. Datos

Un dato es una representación formalizada de entidades o hechos, de carácter simbólico y, consecuentemente, adecuada para su comunicación, interpretación y procesamiento mediante medios humanos y automáticos.

El dato representa observaciones o hechos fuera de contexto y, por lo tanto, sin significado inmediato. En un contexto organizacional el dato es el registro estructurado de una transacción.

Representa la materia prima de la información y no conlleva un significado inherente: sólo indica qué ha pasado sin aportar elementos para formarse un juicio ni para elaborar una interpretación o una base de acción sustentable. Por ello un dato puede tener un valor escaso o nulo para un individuo en una situación concreta, pues por sí mismo no reduce la ignorancia o la incertidumbre de quien debe tomar una decisión. Correlativamente, su abundancia no es necesariamente buena, ya que puede dificultar la identificación de lo verdaderamente significativo.

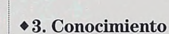
◆ 2. Información

La información es el significado que una persona asigna a un dato, lo que implica que el dato se transforma en información cuando es evaluado por un individuo concreto, que en un momento dado, trabaja sobre un problema para alcanzar un objetivo específico. La información, entonces, se genera a partir de un conjunto de datos seleccionados para reducir la dosis de ignorancia o el grado de incertidumbre de quien debe adoptar una decisión.

Por lo tanto, nada es intrínsecamente información; una misma representación simbólica puede tener el valor de dato para una persona y para otra puede ser información. O para una misma persona, lo que es dato en un momento puede ser información en otra circunstancia o frente a otro problema.

Entonces, un dato al que se le atribuye relevancia, propósito y significación se transforma en información. Como adquiere la forma de un documento visible o audible, se convierte en comunicable, con un emisor y un receptor. Una información cambia la manera en que el receptor percibe algo, ejerciendo un impacto sobre su juicio o comportamiento. Por eso, es él quien en definitiva puede evaluar si el mensaje que recibe aporta o no información.

Un dato se transforma en información cuando se le agrega valor y eso ocurre cuando, por ejemplo, se lo contextualiza, se lo relaciona a un propósito, se lo categoriza, se lo procesa, se lo corrige o se lo comprime. La computadora juega un rol fundamental en estas funciones dirigidas a agregar valor informativo a los datos.



◆ 3. Conocimiento

Llamamos conocimiento a todo lo que llegamos a crear y valorar a partir de la información significativa, mediante el agregado de experiencia, comunicación e inferencia. El conocimiento es más amplio, profundo y rico que la información, pues se trata de una mezcla de experiencia organizada, valores, información contextual e introspección, que provee un marco de referencia para evaluar e incorporar nuevas experiencias e informaciones.

En las organizaciones, el conocimiento suele estar "embutido" en documentos, bases de datos, rutinas organizativas, procesos, prácticas y normas.

Así como la información se deriva del dato, el conocimiento surge a partir de la información. Para que ambos procesos se concreten se necesita la intervención humana, que en el caso del conocimiento se basa en la aplicación de las denominadas cuatro C: comparación, consecuencia (implicancias), conexión (relación) y conversación (qué piensan otros). De lo dicho, se desprende que las actividades creadoras del conocimiento ocurren dentro de y entre individuos más que en las "colecciones" de información. Por estar el conocimiento tan ligado a los seres humanos, resulta complejo administrarlo, transferirlo o compartirlo.

Un conocimiento adquiere valor cuando se relaciona exitosamente con un propósito. Desde el punto de vista organizacional el conocimiento se concreta cuando su aplicación contribuye a lograr una mejora objetiva en el desempeño de la empresa.

La experiencia juega un rol clave en la generación del conocimiento, pues se relaciona con lo que hemos hecho, con lo que nos ha ocurrido en el pasado, con la puesta a prueba de diversos factores, con los sucesivos aprendizajes, proveyendo una perspectiva histórica desde la cual se pueden observar y entender nuevas situaciones y eventos, reconocer pautas "familiares" y establecer conexiones entre lo que está pa-

El valor del conocimiento en las organizaciones

PANORAMA SOBRE EL CONOCIMIENTO. Se analiza la diferencia entre conocimiento, información y datos. Se ubica al conocimiento como un activo de la organización. Se describe el concepto de capital intelectual y por último se estudian la gestión del conocimiento y los conceptos de conocimiento tácito y explícito

ESCRIBE/ *Raúl Horacio Saroka*
Director de la Licenciatura en Sistemas de Información de las Organizaciones
rsaroka@udesa.edu.ar

En el contexto de profundo cambio, impulsado y potenciado por las tecnologías de computación y comunicaciones, la valorización de un país, una comunidad o una organización se basan cada vez más en la consideración de sus bienes intangibles, por encima de los bienes tangibles registrados por la contabilidad. Dentro de estos nuevos bienes, adquiere particular relevancia el conocimiento y a este concepto, a su influencia en la economía y a su gestión o administración, dedicaremos esta nota.

Obviamente, no se trata de un concepto "nuevo", pues ya ha sido analizado y debatido por filósofos desde la antigüedad y, más cercanamente a nosotros, por epistemólogos y estudiosos de las ciencias sociales, entre otros.

Nuestro tratamiento del concepto va a ser eminentemente pragmático, buscando así contribuir a satisfacer el interés que viene despertando el tema desde que las organizaciones descubren su potencial para mejorar los negocios y aumentar los beneficios.

Existe cierta confusión cuando se intenta, desde esta perspectiva, definir y diferenciar "conocimiento" de "información" y, a su vez, ésta del concepto de "dato". Sin perjuicio de nuestro intento de precisarlos en los próximos párrafos, el lector percibirá hasta qué punto es difícil marcar los límites entre uno y otro, al tratarse de un continuo que comienza como "dato", se convierte en "información" y en un momento se transforma en "conocimiento". Hay quienes agregan un estadio superior, el de la "sabiduría" y, para aumentar la confusión, el proceso también suele presentarse en forma reversible, como podrá observarse más adelante. Resulta oportuno, entonces, recordar las célebres sentencias del poeta y dramaturgo Thomas Elliot (1888 -1965)

¿Dónde esta la sabiduría que hemos perdido en conocimiento?

¿Dónde está el conocimiento que hemos perdido en información?

El interés por conceptualizar y diferenciar las referidas nociones no se reduce a un mero ejercicio intelectual. Quienes hemos trabajado en sistemas de información conocemos el peligro de utilizarlos en forma intercambiable: se corre el riesgo de vivir inundados en datos y tener escasa información y menos conocimiento. En resumen, no se trata de sinónimos sino de conceptos que, aunque interconectados e interdependientes, son diferentes. Mucho dinero se ha malgastado en el diseño de sistemas de información sin haber comprendido claramente las diferencias.

◆1. Datos

Un dato es una representación formalizada de entidades o hechos, de carácter simbólico y, consecuentemente, adecuada para su comunicación, interpretación y procesamiento mediante medios humanos y automáticos.

El dato representa observaciones o hechos fuera de contexto y, por lo tanto, sin significado inmediato. En un contexto organizacional el dato es el registro estructurado de una transacción.

Representa la materia prima de la información y no conlleva un significado inherente: sólo indica qué ha pasado sin aportar elementos para formarse un juicio ni para elaborar una interpretación o una base de acción sustentable. Por ello un dato puede tener un valor escaso o nulo para un individuo en una situación concreta, pues por sí mismo no reduce la ignorancia o la incertidumbre de quien debe tomar una decisión. Correlativamente, su abundancia no es necesariamente buena, ya que puede dificultar la identificación de lo verdaderamente significativo.

◆2. Información

La información es el significado que una persona asigna a un dato, lo que implica que el dato se transforma en información cuando es evaluado por un individuo concreto, que en un momento dado, trabaja sobre un problema para alcanzar un objetivo específico. La información, entonces, se genera a partir de un conjunto de datos seleccionados para reducir la dosis de ignorancia o el grado de incertidumbre de quien debe adoptar una decisión.

Por lo tanto, nada es intrínsecamente información; una misma representación simbólica puede tener el valor de dato para una persona y para otra puede ser información. O para una misma persona, lo que es dato en un momento puede ser información en otra circunstancia o frente a otro problema.

Entonces, un dato al que se le atribuye relevancia, propósito y significación se transforma en información. Como adquiere la forma de un documento visible o audible, se convierte en comunicable, con un emisor y un receptor. Una información cambia la manera en que el receptor percibe algo, ejerciendo un impacto sobre su juicio o comportamiento. Por eso, es él quien en definitiva puede evaluar si el mensaje que recibe aporta o no información.

Un dato se transforma en información cuando se le agrega valor y eso ocurre cuando, por ejemplo, se lo contextualiza, se lo relaciona a un propósito, se lo categoriza, se lo procesa, se lo corrige o se lo comprime. La computadora juega un rol fundamental en estas funciones dirigidas a agregar valor informativo a los datos.

◆3. Conocimiento

Llamamos conocimiento a todo lo que llegamos a crear y valorar a partir de la información significativa, mediante el agregado de experiencia, comunicación e inferencia. El conocimiento es más amplio, profundo y rico que la información, pues se trata de una mezcla de experiencia organizada, valores, información contextual e introspección, que provee un marco de referencia para evaluar e incorporar nuevas experiencias e informaciones.

En las organizaciones, el conocimiento suele estar "embutido" en documentos, bases de datos, rutinas organizativas, procesos, prácticas y normas.

Así como la información se deriva del dato, el conocimiento surge a partir de la información. Para que ambos procesos se concreten se necesita la intervención humana, que en el caso del conocimiento se basa en la aplicación de las denominadas cuatro C: comparación, consecuencia (implicancias), conexión (relación) y conversación (qué piensan otros). De lo dicho, se desprende que las actividades creadoras del conocimiento ocurren dentro de y entre individuos más que en las "colecciones" de información. Por estar el conocimiento tan ligado a los seres humanos, resulta complejo administrarlo, transferirlo o compartirlo.

Un conocimiento adquiere valor cuando se relaciona exitosamente con un propósito. Desde el punto de vista organizacional el conocimiento se concreta cuando su aplicación contribuye a lograr una mejora objetiva en el desempeño de la empresa.

La experiencia juega un rol clave en la generación del conocimiento, pues se relaciona con lo que hemos hecho, con lo que nos ha ocurrido en el pasado, con la puesta a prueba de diversos factores, con los sucesivos aprendizajes, proveyendo una perspectiva histórica desde la cual se pueden observar y entender nuevas situaciones y eventos, reconocer pautas "familiares" y establecer conexiones entre lo que está pasando y lo que ya pasó.

◆4. El conocimiento como activo de la organización

Para las organizaciones, el conocimiento representa un valioso activo estratégico y una fuente de ventajas competitivas. A partir de distintos criterios para determinar el valor de una empresa, Charles Handy estima que, en promedio, la incidencia de los activos intelectuales en dicho valor triplica o cuadriplica a la incidencia de los activos tangibles.

Un gran cuestionamiento de estos tiempos es la validez de la contabilidad para reflejar el verdadero valor de las empresas. Esta preocupación ha llegado sin duda a los organismos profesionales de todo el mundo, que dedican ingentes esfuerzos para encontrar una solución técnicamente aceptable a este problema.

En un informe del US Department of Commerce, se sostiene que el conocimiento continúa incrementando su rol dominante o definitorio en el producto bruto nacional de los Estados Unidos, en la determinación de las ventajas competitivas de las empresas y en el mercado de trabajo. Los activos intelectuales siguen desplazando a los capitales físicos y financieros como factores de la producción.

Las organizaciones orientadas hacia el servicio son, fundamentalmente, negocios basados en el conocimiento. Como su competitividad está determinada por a inteligencia colectiva, su capital intelectual se constituye en la fuente clave de su diferenciación y de su rentabilidad.

◆5. Capital intelectual

Tomas Stewart1, en uno de los primeros libros que se han publicado sobre estos temas, se refiere al concepto de capital intelectual definiéndolo como el conocimiento organizado que puede generar riqueza, o como conocimiento útil "empaquetado". Para este autor la inteligencia se convierte en un activo cuando:

- se crea cierto orden a partir de la capacidad intelectual de los cerebros individuales;
- tiene una forma coherente, como podría ser una lista de contactos, una base de datos, una descripción de un proceso, etc.;
- se la ha capturado de manera tal que es posible describirlo, compartirlo y explotarlo;
- se lo puede utilizar para realizar una tarea que no podría llevarse a cabo si ese conocimiento quedara aislado, fraccionado o disperso.

El capital intelectual es la suma del saber colectivo de una organización y lo que le otorga una ventaja competitiva. Dicho de otro modo, es la suma de la propiedad intelectual, la experiencia, la información, el conocimiento, etc., que se aprovecha para generar riqueza.

El capital intelectual puede tomar las tres formas siguientes:

- Capital humano: personas, talento.
- Capital estructural u organizacional: el conocimiento y su gestión.
- Capital de relaciones (clientes, proveedores, socios): el valor de las vinculaciones con la gente con que se hacen negocios.

El capital intelectual siempre fue valorado, pero no en la medida en que lo es hoy, como principal activo de muchas organizaciones. El liderazgo de diversas empresas pioneras está vinculado esencialmente a su capital intelectual por encima de los recursos físicos y financieros.

> *“Para las organizaciones, el conocimiento representa un valioso activo”*

Desde un punto de vista macroeconómico, en los EE. UU. se han hecho intentos por medir el valor económico del conocimiento. Uno de los pioneros en este tema fue Fritz Machlup, de la Princeton University, quien estimó que ya para 1962 el 35% del producto bruto nacional se podía asignar al sector de la información. Las mediciones actuales muestran porcentajes que superan el 50% o mucho más altos aún, de acuerdo con distintos criterios y herramientas de medición.

En los países más avanzados, se ha instalado la discusión acerca de la productividad de los gastos en tecnología informática. Aún cuando no se cuenta con criterios uniformes sobre qué y cómo medir los beneficios o retornos generados por la inversión en recursos tecnológicos se tiende a percibirlos como crecientemente redituables debido a la reducción de los costos, el incremento de la cultura informática y el creciente acceso a la tecnología.

◆6. La gestión del conocimiento

Denominamos gestión del conocimiento al proceso formal dirigido a identificar, capturar, almacenar, mantener, actualizar y transmitir el conocimiento existente en una organización, para lograr su disponibilidad y que pueda ser compartido. Durante los últimos años ha surgido un gran interés por descubrir o aprender cómo hacerlo, habiéndose desarrollado distintas herramientas, tecnologías y metodologías que supuestamente garantizan o, al menos, ayudan a una administración racional de tan valioso recurso.

El estado actual de la tecnología informática permite codificar, almacenar y compartir ciertos tipos de conocimiento más fácil y más económicamente que antes. Lo relativamente nuevo es la práctica consciente de la gestión del conocimiento, que se ha convertido en un fabuloso negocio de consultoría y software. ¿Es una moda o se trata de algo serio? Una moda no es necesariamente mala: a veces empuja las fronteras de las ideas y de su exceso surgen ideas que de otra manera no se manifestarían; y aunque parezca paradójico, de su eventual resultado negativo también se aprende lo que no hay que hacer.

La gestión del conocimiento debe apuntar más a cómo conectar al que tiene un conocimiento con el que lo necesita, antes que acumularlo en un reservorio, lo que cuesta mucho y no siempre sabemos si será aprovechable.

Esta gestión involucra dos posibles técnicas: "empuje" (push) y "tire" (pull), que son complementarias y no excluyentes. La primera consiste en hacer llegar el conocimiento necesario a las personas adecuadas en el tiempo oportuno, vía distribución (broadcasting), por ejemplo mediante circulares, manuales, normas, etc. La segunda implica obtener el conocimiento necesario a partir de la generación de consultas (queries) dirigidas a un reservorio de información (base de datos).

Para la exitosa implementación de una tecnología de gestión del conocimiento, se necesita una cultura que lo promueva y que recompense el compartirlo, mediante el reconocimiento, la promoción y/o la remuneración.

La promesa de la gestión del conocimiento es la de soportar la renovación continua de la organización, de manera tal que pueda resolver los problemas inherentes a la escasez de recursos calificados y lograr que las personas alcancen rápidamente altos niveles de desempeño.

◆7. Conocimiento tácito y explícito

Se suele hacer una interesante distinción entre dos manifestaciones del conocimiento:

- el tácito, que reside en la mente de los individuos, presenta las siguientes características:
  - es entendido y aplicado subconscientemente, en forma automática,
  - se cuenta con tiempo escaso o nulo para pensar,
  - se implementa en forma intuitiva,
  - es difícil de articular,
  - se desarrolla a partir de la experiencia y de la acción directa,
  - cuesta comunicar -excepto a través de una conversación altamente interactiva-, y
  - puede estar errado, pues no se lo puede examinar de forma consistente;
- el explícito, en cambio, presenta estos rasgos:
  - puede ser codificado, escrito y documentado,
  - es más fácil de transferir y compartir
  - es más preciso y formalmente estructurado, y
  - puede almacenarse en un repositorio de datos.

La gestión del conocimiento intenta convertir el conocimiento tácito en explícito, pues esto es una necesidad imperiosa en aquellas organizaciones con personal de edad avanzada, de alta rotación o dependiente de personas que han acumulado conocimiento clave a través de la experiencia de muchos años: "la gestión del conocimiento como remedio a la fuga de cerebros".

El problema reside en que cualquier intento de hacer explícito el conocimiento implícito implica transformarlo en información -texto, fórmulas, procedimientos- lo que inevitablemente implica degradar su valor. ■

to en las organizaciones

sando y lo que ya pasó.

◆4. El conocimiento como activo de la organización

Para las organizaciones, el conocimiento representa un valioso activo estratégico y una fuente de ventajas competitivas. A partir de distintos criterios para determinar el valor de una empresa, Charles Handy estima que, en promedio, la incidencia de los activos intelectuales en dicho valor triplica o cuadriplica a la incidencia de los activos tangibles.

Un gran cuestionamiento de estos tiempos es la validez de la contabilidad para reflejar el verdadero valor de las empresas. Esta preocupación ha llegado sin duda a los organismos profesionales de todo el mundo, que dedican ingentes esfuerzos para encontrar una solución técnicamente aceptable a este problema.

En un informe del US Department of Commerce, se sostiene que el conocimiento continúa incrementando su rol dominante o definitorio en el producto bruto nacional de los Estados Unidos, en la determinación de las ventajas competitivas de las empresas y en el mercado de trabajo. Los activos intelectuales siguen desplazando a los capitales físicos y financieros como factores de la producción.

Las organizaciones orientadas hacia el servicio son, fundamentalmente, negocios basados en el conocimiento. Como su competitividad está determinada por a inteligencia colectiva, su capital intelectual se constituye en la fuente clave de su diferenciación y de su rentabilidad.

◆5. Capital intelectual

Tomas Stewart[1], en uno de los primeros libros que se han publicado sobre estos temas, se refiere al concepto de capital intelectual definiéndolo como el conocimiento organizado que puede generar riqueza, o como conocimiento útil "empaquetado". Para este autor la inteligencia se convierte en un activo cuando:

■ se crea cierto orden a partir de la capacidad intelectual de los cerebros individuales;
■ tiene una forma coherente, como podría ser una lista de contactos, una base de datos, una descripción de un proceso, etc.;
■ se la ha capturado de manera tal que es posible describirlo, compartirlo y explotarlo;
■ se lo puede utilizar para realizar una tarea que no podría llevarse a cabo si ese conocimiento quedara aislado, fraccionado o disperso.

El capital intelectual es la suma del saber colectivo de una organización y lo que le otorga una ventaja competitiva. Dicho de otro modo, es la suma de la propiedad intelectual, la experiencia, la información, el conocimiento, etc., que se aprovecha para generar riqueza.

El capital intelectual puede tomar las tres formas siguientes:

■ Capital humano: personas, talento.
■ Capital estructural u organizacional: el conocimiento y su gestión.
■ Capital de relaciones (clientes, proveedores, socios): el valor de las vinculaciones con la gente con que se hacen negocios.

El capital intelectual siempre fue valorado, pero no en la medida en que lo es hoy, como principal activo de muchas organizaciones. El liderazgo de diversas empresas pioneras está vinculado esencialmente a su capital intelectual por encima de los recursos físicos y financieros.

> *"Para las organizaciones, el conocimiento representa un valioso activo"*

Desde un punto de vista macroeconómico, en los EE. UU. se han hecho intentos por medir el valor económico del conocimiento. Uno de los pioneros en este tema fue Fritz Machlup, de la Princeton University, quien estimó que ya para 1962 el 35% del producto bruto nacional se podía asignar al sector de la información. Las mediciones actuales muestran porcentajes que superan el 50% o mucho más altos aún, de acuerdo con distintos criterios y herramientas de medición.

En los países más avanzados, se ha instalado la discusión acerca de la productividad de los gastos en tecnología informática. Aún cuando no se cuenta con criterios uniformes sobre qué y cómo medir los beneficios o retornos generados por la inversión en recursos tecnológicos se tiende a percibirlos como crecientemente redituables debido a la reducción de los costos, el incremento de la cultura informática y el creciente acceso a la tecnología.

◆6. La gestión del conocimiento

Denominamos gestión del conocimiento al proceso formal dirigido a identificar, capturar, almacenar, mantener, actualizar y transmitir el conocimiento existente en una organización, para lograr su disponibilidad y que pueda ser compartido. Durante los últimos años ha surgido un gran interés por descubrir o aprender cómo hacerlo, habiéndose desarrollado distintas herramientas, tecnologías y metodologías que supuestamente garantizan o, al menos, ayudan a una administración racional de tan valioso recurso.

El estado actual de la tecnología informática permite codificar, almacenar y compartir ciertos tipos de conocimiento más fácil y más económicamente que antes. Lo relativamente nuevo es la práctica consciente de la gestión del conocimiento, que se ha convertido en un fabuloso negocio de consultoría y software. ¿Es una moda o se trata de algo serio? Una moda no es necesariamente mala: a veces empuja las fronteras de las ideas y de su exceso surgen ideas que de otra manera no se manifestarían; y aunque parezca paradójico, de su eventual resultado negativo también se aprende lo que no hay que hacer.

La gestión del conocimiento debe apuntar más a cómo conectar al que tiene un conocimiento con el que lo necesita, antes que acumularlo en un reservorio, lo que cuesta mucho y no siempre sabemos si será aprovechable.

Esta gestión involucra dos posibles técnicas: "empuje" (push) y "tire" (pull), que son complementarias y no excluyentes. La primera consiste en hacer llegar el conocimiento necesario a las personas adecuadas en el tiempo oportuno, vía distribución (broadcasting), por ejemplo mediante circulares, manuales, normas, etc. La segunda implica obtener el conocimiento necesario a partir de la generación de consultas (queries) dirigidas a un reservorio de información (base de datos).

Para la exitosa implementación de una tecnología de gestión del conocimiento, se necesita una cultura que lo promueva y que recompense el compartirlo, mediante el reconocimiento, la promoción y/o la remuneración.

La promesa de la gestión del conocimiento es la de soportar la renovación continua de la organización, de manera tal que pueda resolver los problemas inherentes a la escasez de recursos calificados y lograr que las personas alcancen rápidamente altos niveles de desempeño.

◆7. Conocimiento tácito y explícito

Se suele hacer una interesante distinción entre dos manifestaciones del conocimiento:

■ el tácito, que reside en la mente de los individuos, presenta las siguientes características:
- es entendido y aplicado subconscientemente, en forma automática,
- se cuenta con tiempo escaso o nulo para pensar,
- se implementa en forma intuitiva,
- es difícil de articular,
- se desarrolla a partir de la experiencia y de la acción directa,
- cuesta comunicar -excepto a través de una conversación altamente interactiva-, y
- puede estar errado, pues no se lo puede examinar de forma consistente;

■ el explícito, en cambio, presenta estos rasgos:
- puede ser codificado, escrito y documentado,
- es más fácil de transferir y compartir
- es más preciso y formalmente estructurado, y
- puede almacenarse en un repositorio de datos.

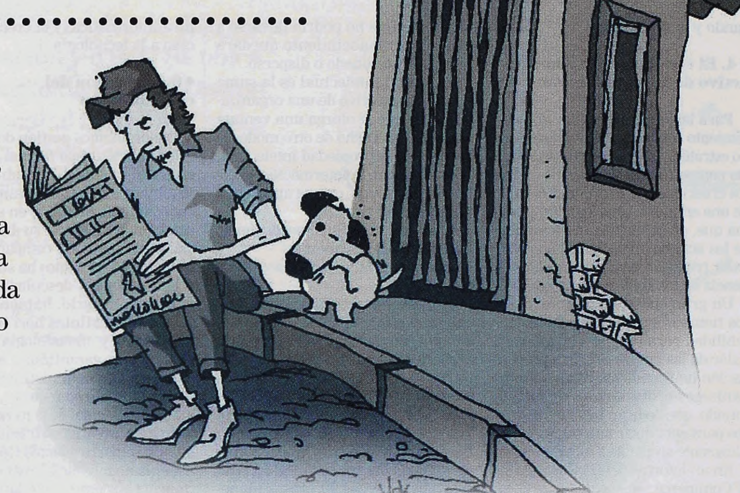
La gestión del conocimiento intenta convertir el conocimiento tácito en explícito, pues esto es una necesidad imperiosa en aquellas organizaciones con personal de edad avanzada, de alta rotación o dependiente de personas que han acumulado conocimiento clave a través de la experiencia de muchos años: "la gestión del conocimiento como remedio a la fuga de cerebros".

El problema reside en que cualquier intento de hacer explícito el conocimiento implícito implica transformarlo en información -texto, fórmulas, procedimientos- lo que inevitablemente implica degradar su valor. ■



Pobreza, microfinanzas y capacidades de gestión

EL CREDITO PARA LA VIVIENDA. Se analiza dentro de la problemática de la pobreza, la cuestión de la vivienda. Dentro de esta problemática se ejemplifica la experiencia de la Fundación Pro Vivienda Social creada en 1992 como fruto de la convergencia de trabajadores sociales, académicos, profesionales y dirigentes empresarios.



ESCRIBE/ *Roberto Martínez Nogueira*
Profesor Titular del Grupo de Asignaturas "Teoría de la Administración"
Director de la Maestría en Administración
Miembro del Consejo de Administración de la Fundación Pro Vivienda Social
gaceta@econ.uba.ar

La promoción del acceso al crédito de los sectores de menores ingresos es una de las estrategias básicas para la superación de la pobreza. Supone, además, una concepción muy especial de la pobreza: ésta no sólo es una situación determinada por el modo o la cuantía de los ingresos familiares. La pobreza es una condición estructural que dificulta el acceso y la incorporación a los medios institucionales establecidos, obstaculiza la visualización y el aprovechamiento de las oportunidades abiertas al resto de la sociedad y genera un modo de vida sometido a riesgos de todo tipo.

La construcción de capital (físico, productivo, humano, social) constituye un núcleo central de toda estrategia dirigida a superar esta condición estructural y que pretenda abarcar esta problemática con integralidad. Para ello, el crédito puede erigirse en un medio para la acumulación de recursos, en una oportunidad para la exploración de nuevas alternativas de vida y en una palanca para el despliegue de la capacidad autónoma de las poblaciones en situación de pobreza.

Los elevados costos operativos de los pequeños créditos y la imposibilidad de que éstos estén respaldados por las garantías usuales hacen que estas operaciones no sean atractivas para los mecanismos financieros convencionales, como los bancos y las entidades formales de crédito. Por esta razón, desde la década de los ochenta se han explorado múltiples instrumentos para acercar el crédito a los pobres, dando lugar al desarrollo del fenómeno de las microfinanzas. Este fenómeno se expresa en programas ejecutados por organizaciones sociales con fuertes articulaciones con la comunidad y que combinan objetivos financieros con los de promoción.

Estos programas han debido superar problemas de institucionalización importantes: se han basado en experiencias que corresponden a situaciones contextuales muy diferentes a las que se enfrentan en Argentina, como son las asiáticas o de los países andinos, y que sólo tienen como destino del crédito a microemprendimientos productivos. Ello deja de lado el crédito para cuestiones que atacan a otras dimensiones de la pobreza.

◆ La vivienda de los pobres. Dentro de la problemática de la pobreza, la cuestión de la vivienda es la más crítica y constituye una prioridad estratégica. Sin vivienda digna no es posible alcanzar niveles aceptables en materia sanitaria, educacional, de seguridad y de integración social y, por lo tanto, evitar el deterioro de los recursos humanos y asegurar la sostenibilidad y la equidad en el desarrollo.

Millones de familias viven en condiciones de extrema precariedad, sin servicios mínimos, marginados socialmente por las características del medio de residencia y alejados de todo posibilidad de acceder a mecanismos formales de crédito. Por otra parte, los recursos públicos volcados a la solución del problema han sido cuantiosos, con muy escaso impacto. El FONAVI, con sus distintas modalidades de ejecución, ha favorecido a otros actores sociales, postergando a los más pobres.

Frente a este fracaso de las políticas públicas, los sectores de menores ingresos han procurado superar el problema de la vivienda a través de la autoconstrucción. Esta ha tenido una notable difusión, siendo la expresión del esfuerzo de las familias y de su capacidad de ahorro. Sin apoyo técnico, las viviendas suelen no concluirse, con vicios constructivos y de carencias importantes en sus condiciones de habitabilidad, estando ubicadas en ámbitos carentes de servicios, degradados socialmente y de muy difícil recuperación.

Una experiencia única por varias razones es la de la Fundación Pro Vivienda Social. Creada en 1992 como fruto de la convergencia de trabajadores sociales, académicos, profesionales y dirigentes empresarios, combina fines de servicio y "advocacy", pues sus propósitos son la difusión de la vivienda de la población pobre, la promoción de políticas públicas y la ejecución directa de programas de microfinanzas. Su modalidad de operación está basada en el crédito a grupos cuyos miembros se hacen mutuamente solidarios y dirigido al mejoramiento de la vivienda y del hábitat, con diseños propios en materia de instrumentos de promoción, de análisis de riesgo y de seguimiento de créditos.

La FPVS ha optado por una estrategia de trabajo de alianzas con organizaciones comunitarias, con las que comparte propósitos y programas, incorporando activamente a los usuarios de sus servicios como agentes de difusión y promoción. A través de estas asociaciones se ha producido una transferencia de capacidades y los usuarios se han ido "apropiando" del programa a la vez que se fortalecieron las organizaciones comunitarias.

A lo largo de su trayectoria, la Fundación fue adecuando su portafolio de productos, sus estructuras, sistemas y procedimientos a los requerimientos de una mayor escala, a la mayor cobertura geográfica de sus operaciones y a las demandas de la población usuaria de sus servicios. Los resultados obtenidos, tanto en materia de crecimiento de la cartera, comportamiento de los clientes, como de integración y apoyo de la población usuaria, han convertido a la FPVS en un referente constante en el mundo de las microfinanzas. Sus créditos han beneficiado a 7000 familias, con cobertura territorial en cinco municipios del Noroeste del Gran Buenos Aires, con desembolsos por $ 11.000.000 en cinco años de operación.

◆ Los desafíos organizacionales. Esta experiencia pone de manifiesto la posibilidad de llevar a cabo acciones solidarias, la necesidad de articular la intencionalidad social con el rigor técnico y la efectividad de los emprendimientos basados en la participación, en el compromiso y en el esfuerzo de la población beneficiaria. Constituye una innovación social que ha debido superar problemas de falta de disponibilidad de tecnologías adecuadas, de formación de personal con perfiles muy particulares y de establecimiento de alianzas con organizaciones de diferente carácter. En este propósito el apoyo de académicos, profesionales y empresarios ha sido crítico para fundamentar el éxito.

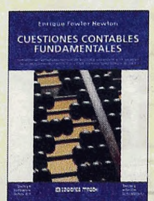
Estos problemas son compartidos por las entidades a cargo de estos programas. Estas tienen características institucionales muy particulares y deben enfrentar obstáculos organizacionales muy severos, ya que en ellas coexisten dos racionalidades: la exigida por la sostenibilidad financiera de las operaciones, y la social, reclamada por la naturaleza específica y la precariedad social de los destinatarios. La reconciliación de estas racionalidades se hace particularmente difícil: si la lógica financiera se impone, se deteriora el compromiso y no se produce la apropiación del programa por parte de los usuarios del crédito, con un crecimiento en la morosidad que termina por hacer inviable el intento; si la lógica social predomina, puede acarrear el relajamiento de las reglas del crédito, resintiéndose la sostenibilidad económica y financiera del programa.

Este no es el único desafío que enfrentan estas entidades. Las organizaciones de microfinanzas deben atravesar por distintas etapas en el diseño, puesta en marcha y consolidación de los programas, con exigencias crecientes por la mayor escala, la construcción de un aparato administrativo, la incorporación de tecnologías de procesamiento y análisis de la información y el tratamiento de la morosidad. La experiencia indica que sólo un aumento de la escala permite llegar a la sostenibilidad de las operaciones, por lo que este tránsito es sumamente exigente, con dificultades para afrontar el crecimiento, formalizar la operación y alcanzar el autofinanciamiento.

Las respuestas a estos obstáculos no han resultado de diseños explícitos ni de programaciones sistemáticas. Esas organizaciones no han contado con tecnologías claramente formuladas y probadas, no han tenido apoyos técnicos suficientes para el diseño institucional y de sus modos operativos, han improvisado estrategias y no pudieron disponer de elementos de juicio ni de aprendizajes sistematizados que permitieran hacer uso de la experiencia acumulada. Además, aun se carece de evaluaciones rigurosas que puedan sugerir las mejores practicas a incorporar. Por todo ello, estas organizaciones requieren auxilio para construir sus capacidades operativas y de reflexión de manera de aumentar su impacto social.

◆ El papel de la Universidad. La Universidad tiene entre sus misiones esenciales la investigación y la extensión. En el cumplimiento de esas misiones, las acciones a emprender deben responder a criterios de relevancia, contribuyendo a resolver las cuestiones sociales más apremiantes. A la Universidad le cabe, en el marco de esas misiones, contribuir a desarrollar y fortalecer las capacidades de organización y de gestión de la sociedad. En lo referido a las cuestiones vinculadas a la superación de la pobreza, entre las tareas importantes que queda por realizar está la indagación de las condiciones para la puesta en marcha y la consolidación de programas de microfinanzas, considerando los requisitos para su sostenibilidad financiera y social y determinando la correspondencia entre instrumentos y condiciones enfrentadas. ■

Autores argentinos para toda Hispanoamérica



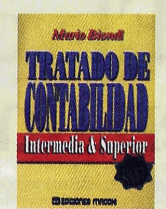
Cuestiones contables fundamentales
Enrique Fowler Newton
3ª edición ampl. y act.
856 págs. $ 55



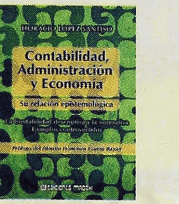
Contabilidad superior
Enrique Fowler Newton
4ª edición ampl. y act.
1480 págs., 2 tomos, $ 90.



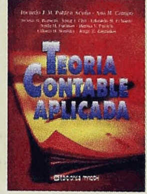
Contabilidad: presente y futuro
Osvaldo Chaves y coautores
752 págs. $ 48



Tratado de contabilidad intermedia y superior
Mario Biondi
896 págs. $ 55



Contabilidad, Administración y Economía. Su relación epistemológica
Horacio López Santiso
184 págs. $ 18



Teoría conta le aplicada
Ricardo Pahlen Acuña, Ana María Campo y colabs.
352 págs. $ 25



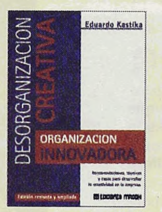

El management de la realidad
Jaime Maristany
De próxima aparición



El ajedrez aplicado a los negocios
Gerardo Saporosi
De próxima aparición



Liderando proyectos
Daniel Piorun, José Luis Giusti (colab.)
De próxima aparición



Desorganización creativa, organización innovadora
Eduardo Kastika
2ª edición actualizada.
336 págs. $ 25



Tablero de control
Alberto Ballvé
376 págs. $ 30



Qué es administración
Héctor Larocca y coautores
432 págs. $ 32



Impuesto a las ganancias
Enrique J. Reig
10ª edición actualizada.
1072 págs. $ 80
CD ejerc. de aplicación



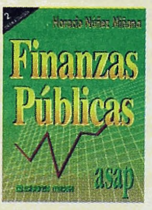
El comercio electrónico y sus efectos en las relaciones tributarias internacionales
Vicente Oscar Díaz
200 págs. $ 20



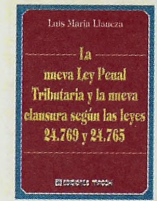
Tratamiento tributario. Fideicomisos financieros
Leonardo Hansen
320 págs. $ 30



Precios de transferencia
Jaime L. Mecikovsky
192 págs. $ 22



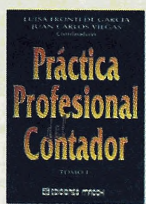
Finanzas públicas
Horacio Núñez Miñana
376 págs. $ 40



La nueva ley penal tributaria y la nueva clausura según las leyes 24.769 y 24.765
Luis María Llaneza
224 págs. $ 22



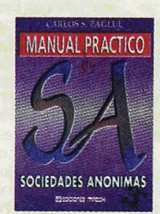
Actuación profesional judicial
Luisa Fronti de García y coautores
760 págs. $ 65



Práctica profesional del contador
Luisa Fronti de García y Juan Carlos Viegas
1120 págs., 2 tomos, $ 60



Manual práctico del contador
Carlos S. Zaglul
5ª edición ampl. y act.
688 págs. $ 45



Manual práctico de sociedades anónimas
Carlos S. Zaglul
392 págs. $ 45



Manual práctico de sociedades de responsabilidad limitada
Carlos S. Zaglul
432 págs. $ 45



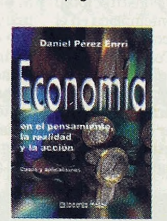
Teoría y práctica laboral
Carlos S. Zaglul
160 págs. $ 20



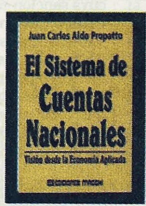
Historia económica, política y social de la Argentina (1880-2000)
Mario Rapoport y colabs.
1168 págs. $ 49



Historia económica y social general
M. I. Barbero, R. L. Berenblum, R. R. García Molina y J. R. E. Saborido
520 págs. $ 38



Economía en el pensamiento, la realidad y la acción
Daniel Pérez Enrri
680 págs. $ 35



El sistema de cuentas nacionales
Juan Carlos A. Propatto
624 págs. $ 35



Instrumental para el estudio de la economía argentina
Ricardo J. Ferrucci
544 págs. $ 30



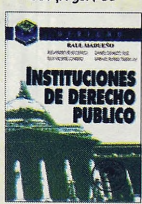
Problemas de microeconomía. Equilibrio parcial
Ana María Lombardero de Almeida
184 págs. $ 18



Instituciones de derecho privado y de derecho económico
Carlos María Negri y colabs.
848 págs. $ 50



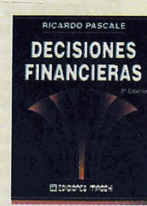
Derecho de familia
Arturo R. Yungano
336 págs. $ 30



Instituciones de derecho público
Raúl Madueño y colabs.
424 págs. $ 32



Administración financiera de las organizaciones
Claudio Sapetnitzky y coautores
632 págs. $ 40



Decisiones financieras
Ricardo Pascale
3ª edición act.
840 págs. $ 40



Derivados financieros y de productos
Ana Verchik
472 págs. $ 38

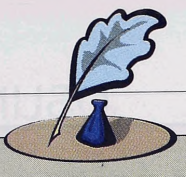
ENVIOS A TODO EL PAIS. GIRO O CHEQUE BANCARIO A LA ORDEN DE MACCHI GRUPO EDITOR S.A.

Administración y ventas:
Alsina 1535/37 (C1088AAM) Buenos Aires
Tel.: 4375-1195 (lín. rot.). Fax: 4375-1870
e-mail: info@macchi.com



MACCHI GRUPO EDITOR
SOCIEDAD ANONIMA
EDICIONES MACCHI

Librería:
Córdoba 2015 (C1120AAC) Buenos Aires
Tel.: 4961-8355 (líneas rotativas)
http://www.macchi.com



LA OPINION

del IIHES

180 años en la UBA: una pieza clave para el desarrollo

ESCRIBE/ *Ricardo Romero*

Investigador del Instituto de Investigaciones de Historia Económica y Social
Profesor adjunto de Historia Económica y Social Argentina
aromerr@econ.uba.ar

El 9 de agosto de 1821, un decreto del gobernador Martín Rodríguez daba nacimiento a la Universidad de Buenos Aires. Desde entonces, la UBA participó activamente en la historia argentina. Y aunque en estos 180 años padeció desde intervenciones militares y represión policial hasta recortes presupuestarios y expulsión de profesores, hoy es una de las más prestigiosas de Latinoamérica y varios de nuestros presidentes salieron de sus aulas.

Con sus 253260 alumnos representa el 30% de la matrícula argentina y el plantel de investigadores más grande del país que produce más del 50% de la ciencia y tecnología del país. Sin embargo, durante las últimas décadas, la UBA recibió el presupuesto per capita más bajo de todas las Universidades Nacionales, $1.100, cuando el promedio es de $1900, y algunas del conurbano reciben más de $10.000.

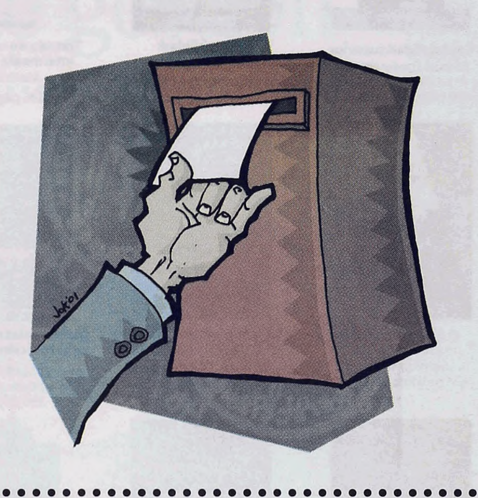
Esto provocó una situación traumática: 75% de los docentes tiene dedicación simple, 30% está ad-honorem y la retribución científica es simbólica. Actualmente, la UBA enfrenta un recorte presupuestario que acentuaría su crisis de funcionamiento. Y aunque un tecnócrata de Harvard, Antonio Cicioni, atribuyó a la UBA un monopolio en la oferta académica (Página/12, 15/6/2001), lo cierto es que el sector privado quiere destruirla para acaparar un potencial estudiantado, que hoy la elige por su excelencia académica y su rigor científico. Por eso presionan para ahogar financieramente a la UBA y captar sus alumnos.

En su 180º aniversario, la UBA encara una nueva etapa, el recambio de su rector puede ser el momento oportuno para abrir la discusión sobre su rol en la actualidad, un debate del cual todos los sectores sociales y políticos no pueden estar ausentes. Y sin duda, la propuesta debe preservar la gratuidad y el ingreso irrestricto. El acceso a la educación superior se constituye en una pieza clave para el desarrollo del país.

En este sentido, tenemos que ser audaces en las propuestas, en vez de recortar su presupuesto, podríamos cobrar un pequeñito impuesto a la especulación financiera (para que no suba el riesgo país!), para aportar muchísimo al futuro de nuestro país. Un impuesto del 0,05% recaudaría 5 millones por cada 10.000 millones de transferencias de capital, con eso duplicaríamos el actual presupuesto. Sólo así, la UBA seguirá siendo una pieza clave para el desarrollo de nuestra sociedad. ■

DERECHO PUBLICO | *Las elecciones*

El voto en blanco en una democracia



ESCRIBE/ *Dr. Félix V. Lonigro*

Prof. Adjunto de Derecho Público
fvlonigro@elsitio.net

Cada vez que la ciudadanía está cerca de una acto electoral, comienzan a proliferar las discusiones acerca de la conveniencia o no de votar en blanco.

◆**Voto en blanco: puntos de vista.** Está el que lo ve como una manera válida y legítima de protestar frente a una dirigencia política que le resulta poco creíble o frente a la falta de alternativas de su agrado; está en cambio el que lo considera nefasto para la democracia, al verlo como una forma de evadir responsabilidades cívicas o de no comprometerse con ningún candidato o partido político.

Creo que en este punto la sociedad no puede darse el lujo de eludir el análisis y la discusión porque, en definitiva, a mi entender, está en juego el funcionamiento mismo de las instituciones, de la Constitución Nacional y del sistema democrático.

◆**La forma representativa.** Por eso entiendo que es conveniente hacer un breve y sencillo razonamiento: El sistema político argentino está establecido en la Constitución Nacional. En efecto, para saber qué tipo de gobierno hay en nuestro país, es indispensable recurrir a ella y ya en el primer artículo se dispone que "la Nación Argentina adopta para su gobierno la forma representativa, republicana y federal".

¿Qué nos quiere decir la Constitución, cuando establece la forma "representativa"?: que en la Argentina debe existir un sistema "democrático", y dentro de éste, el indirecto o representativo.

Adviértase que en 1853, cuando se dictó la Constitución Nacional, no estaba de moda el término "democracia"; más común era hablar de "república". Por tal motivo no se ha utilizado la palabra "democracia" ni una sola vez en el original articulado de la Carta Magna, aunque si una de las que sirve para expresar sus variantes –"representativa"- ya que la democracia puede ser directa e indirecta o representativa.

Que el sistema elegido haya sido el democrático indirecto significa que la Constitución otorga la titularidad del poder o capacidad de mando al pueblo pero reserva su ejercicio concreto a representantes de éste o también llamados gobernantes.

Ahora bien, ¿quién elige a esos representantes o gobernantes?: el pueblo. ¿Cómo hace el pueblo para elegirlos?: mediante el voto. En este aspecto, el art. 37 de la Constitución dispone que votar, es decir, elegir representantes, es obligatorio.

No viene al caso aquí discutir si es bueno o malo que el voto sea obligatorio; es este un tema filosófico-jurídico sobre el que pueden sustentarse distintas opiniones, pero lo cierto es que la Constitución Nacional así lo establece y por lo tanto no votar es una acto inconstitucional cuya sanción está contemplada en el Código Nacional Electoral.

◆**Resumimos.** La Constitución nos dice que en Argentina el pueblo gobierna solamente a través de sus representantes; que para elegirlos hay que votar y que votar es obligatorio. La "maquinaria" institucional creada por la Carta Magna nos indica que debe haber gobernados y gobernantes y que estos gobernantes serán el Presidente, el Vicepresidente, los ministros, los diputados, los senadores y los jueces.

Entremos ahora de lleno en el tema que aquí nos ocupa. Puede ocurrir que un ciudadano, a la hora de elegir a sus representantes, llegue a la conclusión que ninguno le gusta, que nadie lo convence o que ninguna propuesta le es lo suficientemente adecuada. Frente a esa panorama, como no puede no votar, decide hacerlo "por nadie", es decir "en blanco".

¿Estaría ese ciudadano cumpliendo con lo que dice la Constitución?. Si bien desde un punto de vista formal podríamos decir que sí, toda vez que cumple con el acto obligatorio de ir a votar, sustancialmente debemos afirmar que no, puesto que se ha negado a designar representantes o gobernantes cuando es clarísima la voluntad del constituyente en el sentido que sólo ellos pueden gobernar en nombre del pueblo; y ya que con su "voto en blanco" ha impedido que el sistema democrático representativo dispuesto por la Constitución pueda mantenerse en funcionamiento.

Pero avancemos un poco más: Si por vía de hipótesis esa sensación de desagrado se generalizara y todo el cuerpo electoral votara en blanco, se presentaría un serio problema institucional: ¿quién gobernaría?. Como la gente no ha querido votar a "alguien", ha querido por lo tanto que "nadie" gobierne. Nos preguntamos: ¿qué pasaría con la democracia?, ¿no se pone en peligro al sistema institucional creado por la Constitución?, ¿entrarían en crisis las instituciones?.

Frente a estos interrogantes algunos precursores del voto en blanco nos dicen que nada ocurriría, ya que el porcentaje de gente que vota de ese modo es muy bajo y que por lo tanto siempre alguien es elegido para gobernar. El argumento es inaceptable: viviendo en sociedad cada uno debe saber que las actitudes individuales son buenas o malas siempre y cuando su generalización resulte positiva o negativa respectivamente. Justificar una errónea actitud tan solo porque es difícil su generalización, es como, por ejemplo, pretender justificar la corrupción en un gobierno de funcionarios honestos.

Quien frente a una elección nacional, provincial o municipal, considere la posibilidad de votar en blanco, tiene que analizar los interrogantes planteados y básicamente preguntarse "¿qué ocurriría si todos hiciéramos lo mismo?, ¿sería bueno o sería malo?".

Tenemos hoy la suerte de vivir en democracia, en una democracia que ha sufrido pero que va recuperando su salud gracias a la permanencia. En este sistema es fundamental entender que el sufragio no sólo es un derecho propio de quien vive en él, sino también una obligación constitucional y fundamentalmente una "función pública" que cada ciudadano en condiciones de votar debe ejercer para mantener al "motor" de la Constitución y del sistema representativo en marcha, en esa marcha que cada vez que se detuvo, generó a los argentinos serios dolores de cabeza. ■